

Izvorni znanstveni rad
Primljeno: 15. prosinca 2014.

, citation and similar papers at core.ac.uk

brought to

Televizijska javna drama: Kako je 11. rujna 2001. postao 9/11

PETRA KOVAČEVIĆ, TENA PERIŠIN

Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu

Sažetak

Utjecaj kapitalizma i komercijalizacije na medijske sisteme i njihove sadržaje, ali i publike predviđali su još njemački filozofi Max Horkheimer i Theodor Adorno prije gotovo sedamdeset godina. Danas su komodifikacija i glad za zabavom, spektaklom, šokom i emocijama intrinzične medijskoj ponudi i konzumaciji. U središtu je televizija i transformacija njene industrije vijesti u zapakirane visokoemotivne priče, nerijetko u nastavcima. Stvara se hibridna vrsta televizijskih vijesti – “javna drama” s elementima spektakla i emotivne veze s uživiljenom publikom, prema medijskome stručnjaku Brianu Monahanu. Teroristički napad na SAD 11. rujna 2001. američki *mainstream* mediji pretvorili su u “9/11” – seriju dramatičnih i emotivnih priča koje su nametnule određene okvire shvaćanja tog događaja te se trajno urezale u kolektivno pamćenje. Moralni šok, čvrsta emotivna veza sa žrtvama napada, pretvaranje spasioca u heroja i veliki osjećaj ljubavi i zajedništva među Amerikancima, zajedno sa suosjećanjem čitavog svijeta, stvoreni su već u prvih nekoliko sati nakon napada. Naglasak je bio na emocijama, strahu i svojevrsnom spektaklu stalne krize, a vrlo malo na odgovornosti i kritičkoj evaluaciji razloga napada. Fokus na ljudske tragedije, strah i paniku uronjeni su u širu priču o terorističkom napadu i prijetnji Americi. Televizija i njene slike imaju moć oblikovati i namećati okvire unutar kojih publika poima određene događaje, a nerijetko ti isti okviri mogu biti i dio objašnjenja koja daju političari, kao i povod za njihove postupke, primjerice u međunarodnoj političkoj areni – poput borbe protiv terorizma.

Ključne riječi: 9/11, teroristički napad, javna drama, televizijske vijesti, televizija

UVOD

Način na koji televizijske vijesti predstave neki događaj uvelike određuje način na koji će publika prihvatiti te informacije, a nerijetko je i narativ koji preuzimaju političari, ne samo u riječima već i djelima. Ekstenzivno televizijsko izvještavanje o nekom događaju mijenja značenja, stvara nove definicije događaja i preoblikuje dominantnu kulturu. Sve to zapakirano je u spektakl, s aurom zabave, napete i dramatične strukture, ali nerijetko pojednostavljeno. Tu hibridnu vrstu pakiranja vijesti u televizijskom novinarstvu nazivamo javnom dramom (Monahan, 2010), koja može prerasti u popularni diskurz i kulturu te na taj način zamagliti višeslojnost događaja o kojima mediji izvještavaju građane. Kažemo “javna” jer, iako je proizvodi televizija, ona istovremeno tematizira događaje u javnom društvenom prostoru, ali je i uronjena u njega te u interakcije između građana i institucija, kao i u širi kulturni kontekst. Također, televizija je medij čija je glavna karakteristika trenutačnost i mogućnost prenošenja emocija, što je još uvijek najadekvatnije sredstvo za prenošenje javne drame.

U ovom se članku nastoji objasniti kako je javna drama rođena u televizijskom novinarstvu, koji su njeni elementi te koja je njena moć u stvaranju i zadržavanju sistema značenja u osobnom i kulturnom pamćenju. U fokusu je rada studija slučaja, napad 11. rujna 2001. u SAD-u, koja se temelji na analizi medijskog teoretičara Briana Monahana koji javnu dramu objašnjava upravo na primjeru tog terorističkog napada koji je najintenzivnije i najšire pokriven događaj u medijskoj povijesti. Teza je mnogih medijskih kritičara da su američki *mainstream* mediji oblikovali te napade u medijaliziranu javnu dramu, a 11. rujna 2001. postao je popularno “9/11” – priča ispunjena spektakularnim trenucima, zanimljivim likovima, ljudskim tragedijama, herojima i teškim slikama. Kakva je medijska logika pri stvaranju javne drame, koje su strategije i okviri značenja korišteni konkretno u pogledu ovog terorističkog napada te kakav dugoročni utjecaj može imati takvo pakiranje vijesti, tema je ovog članka. Monahanovu analizu 11. rujna odabrali smo kao paradigmatički primjer koji može poslužiti za buduće analize javne drame u televizijskim medijima. Iako je malo događaja koji su imali tolik intenzitet i pozornost kao napad na Svjetski trgovački centar u New Yorku, zasigurno se i na hrvatskim prostorima na dnevnoj razini mogu naći primjeri televizijske javne drame s glavnim akterima – herojskim likovima. Na primjer, u načinu na koji se prate prosvjedi branitelja u šatoru u Savskoj ulici zasigurno se mogu naći elementi javne drame s glavnim likovima – herojima, u ovom slučaju braniteljima. Monahanova analiza i definicija javne drame ne mora se nužno odnositi na izvještavanje o posljedicama neke tragedije. Konvencije tog hibridnog žanra prepoznamo svakodnevno u informativnim emisijama i informativnim kanalima. *Breaking news* postaje dominantan informativni žanr, a proizvodnja izvanrednosti i dramatizacija vijesti rutina. Iako se vijesti i snimke događaja danas

najbrže šire društvenim mrežama, televizijski je medij još uvijek najsnažniji upravo u pakiranju vijesti i stoga tu svoju moć nastoji u potpunosti eksploatirati.

AKTUALNOST KRITIČKE PARADIGME U MEDIJSKOME PROSTORU 21. STOLJEĆA

Nositelji tzv. kritičke paradigme u medijskim studijama masovne su medije nazvali kulturnom industrijom koja je označavala komodifikaciju umjetničkih formi koje su podlegle metodama proizvodnje i tehnikama prodaje masovne produkcije (Scannell, 2007: 47-48). Adorno i Horkheimer tvrdili su da je ta kultura postala novim integralnim dijelom prevladavajuće ideologije industrijskog kapitalizma. Proizvodi kulturne industrije moraju se prilagođavati tehnologijama koje su na raspolaganju toj kulturi te su ograničeni sredstvima distribucije (Harris i Taylor, 2008: 63-70). Pritom masovna produkcija potkopava samostalnost osobnog ukusa, uništava različitost i individualnost te nameće standardizaciju i uniformnost proizvoda, a sve pod krinkom promicanja vrijednosti ravnoteže, tolerancije i demokratskog predstavljanja. Na taj način potiče konformnost mišljenja i ukusa (Scannell, 2007: 47-48).

Proizvode kulturne industrije možemo razumjeti tek s obzirom na medijske sisteme u kojima nastaju, a njih pak s obzirom na druge organe kapitalističkoga društva. Prema Adornu, kulturna industrija potiče nasilje kapitalizma kroz veličanje zabave, tj. uzbudjenje, olakšanje i razbibrigu koje nudi. U takvim je proizvodima oslabljena uloga napetosti i konflikta, koja je Adornu važna i koju on vidi kao pravi izraz autentičnosti nekog djela. Zamjenjuju ih šok i osjećaji. Upravo zato što u kulturnoj industriji ne postoji mogućnost nepredviđenog razvoja, ona ustvari odražava uvjete proizvodnje – standardizaciju i optimizaciju u korist rasta profita. Slavi se komodifikacija (Harris i Taylor, 2008: 71-72).

U današnjem kapitalizmu globalni konglomerati vladaju svijetom filma, televizije i glazbe, a koncentracija vlasništva i kontrole utjecala je na standardizaciju i konformnost medijske ponude. U tom društvu vlada imperativ stvaranja profita i minimiziranja rizika, što osigurava predvidljivost i osrednjost roba, koje izgledaju slično i priječe razvoj talenta i inovacija (Moore, 2009: 7), te potvrđuje Adornove teze o standardizaciji i kulturnoj industriji.

Iako Adorno i Horkheimer u svoje vrijeme to još nisu mogli predvidjeti, kao kraljica masovnih medija pedesetih je godina izronila televizija te sve do danas zadržala središnje mjesto. Televizija kao medij prošla je kroz mnoge promjene, i u tehnološkom, i u strukturnom, i u kulturnom smislu. "Televizija je istodobno najpopularnije sredstvo zabave i najvažnije sredstvo informiranja. Danas, na početku 21. stoljeća, ona je središte mreže digitalnih tehnologija koja donosi revolucionarne promjene i u medije i u masovne komunikacije" (Perišin, 2010: 18). Digitalne tehnologije omogućile su da više nego ikad prije do izražaja dođe jedna od najvažnijih

karakteristika medija – trenutačnost i izravno prenošenje događaja, kao i mogućnost prenošenja svojih audio-vizualnih sadržaja ne samo linearno, putem televizijskog kanala u točno određenim programskim terminima, nego i dijeljenjem svojih sadržaja na različitim digitalnim platformama i na zahtjev. Stoga se danas sve češće govori o nelinearnoj televiziji i, u slučaju televizije, o ukidanju razlike između klasičnih i novih medija. Moć ovog medija svakako je u slici: televizija je izvor najviše dijeljenih slika i poruka u povijesti. Ona je *mainstream* zajedničkog simboličkog okoliša u kojem smo rođeni i u kojem živimo.

Prema i danas aktualnoj teoriji kultivacije, televizija se od ranijih medija razlikuje po tome što ima centraliziranu masovnu produkciju koherentnog seta slika i poruka koje se proizvode za velike i različite publike te po relativno neselektivnom, gotovo ritualnom korištenju od strane gledatelja. Iako se susrećemo s različitim programskim žanrovima, u svima njima prisutni su iznenađujuće slični i komplementarni prikazi života i društva, konzistentne ideologije i stabilne “činjenice” o životu. Dakle, izlaganje tom totalnom uzorku ono je što oblikuje život s televizijom – kultivacija zajedničkih koncepcija realnosti među različitim javnostima (Morgan *et al.*, 2002: 44-45).

U televizijskom kontekstu govori se o *infotainmentu* – žanru koji je kombinacija zabavnih i informativnih elemenata (Perišin, 2010: 107). Spektakl je pritom nezaobilazan dio, ako ne i srž mnogih televizijskih žanrova. Kao nastavak Adorno-ve i Horkheimerove teze o masovnim medijima kao kulturnoj industriji, šezdesetih godina neomarksist Guy Debord uvodi sintagmu “društvo spektakla” kao oznaku specifičnog stadija kapitalizma.

Isto tako, kako je kasnije primijetio Raymond Williams (2002: 55-56) govoreći o kasnom modernističkom društvu, drama kao antička kazališna forma i dramatičnost preselile su se s pozornice i nečega što smo mogli susresti samo sezonski i u veoma posebnim prilikama u svakodnevni život ljudi, između ostalog i kroz televiziju. Postali smo tzv. “dramatizirano društvo” te smo usvojili dramu kao svojevrsnu naviku i produžetak društvenog života, nešto što nam je postalo dostupno pritiskom gumba na daljinskom upravljaču i u čemu pronalazimo reprezentacije, tipifikacije, uloge koje ljudi žele (ili ne žele) igrati, kao i interpretacije povijesti i događaja.

Iako su spektakl i stvarnost na prvi pogled kontradiktorni pojmovi – spektakl nadilazi stvarnost – King u suvremenu medijsku kulturu uvodi pojam “spektakl stvarnosti” te govori o tzv. nevjerojatnoj stvarnosti (*incredible-seeming reality*) (King, 2005, prema Smelik, 2010: 310). Dok s jedne strane mediji sve transformiraju u predstavu i spektakl, a publike počinju žudjeti za nečim stvarnim i “sirovim”, s druge strane ljudi su naučili misliti te oblikovati i doživljavati svoja iskustva upravo kroz te televizijske slike spektakla. Njihovo osobno, a sukladno tome i kolektivno pamćenje zajednice kojoj pripadaju odraz je specifičnih slika koje su primili

kao publika, sve zamotano u ruho spektakla. Naravno, pritom medijski proizvedeni okviri nisu jedini i dominantan izvor definicija stvarnosti kod pripadnika publike, kao što i njihova želja za spektaklom nije uniformna.

PROMJENE U INDUSTRIJI VIJESTI: *IF IT BLEEDS, IT LEADS*

Digitalna tehnologija donijela je velike promjene u medijskom okruženju, a posebno u industriji najvažnijeg televizijskog žanra: u vijestima.

Vijesti su mehanizam koji nam "otkriva svijet", daje informacije o onome što izravno ne proživljavamo i ne susrećemo. To su "izabrane verzije događaja" (Perišin, 2010: 65) na koje se svi svakodnevno oslanjamo, tj. barem na one koje su nam značajne za neki aspekt naših života.

Industrija vijesti visoko je kontekstualizirana u smislu ograničenja (novac, rokovi, vrijeme i mjesto), kompleksnosti (natjecanje unutar i između medija) te ciljeva (privlačenje i održavanje velike publike uz maksimalizaciju profita). Pri odlučivanju koji događaj pokriti i na koji način novinari moraju uzeti u obzir organizacijsku strukturu suvremene medijske organizacije, zahtjeve tržišta, norme koje vladaju pri prikupljanju i diseminaciji vijesti, interese publika, ali i ideološke i mnoge druge faktore. Jedna od važnih promjena u industriji vijesti jest u internoj kulturi industrije vijesti, tj. same medijske logike koja se uvelike promijenila pod utjecajem novih ekonomskih i kulturnih uvjeta današnjeg potrošačkog i kapitalističkog društva. Medijska se logika odnosi na "različite navike, strategije, neformalne rutine i novinarske norme koje utječu na to kako se vijesti skupljaju, oblikuju i prezentiraju publici" (Monahan, 2010: 26). Ona nije statična, već se mijenja ovisno o društvenim i ekonomskim prilikama, a uvelike je utjecala i na promjene u oblikovanju i prezentiranju vijesti.

Vijest postaje roba koja mora privući i zadržati što veću publiku te postaje poligon kombiniranja različitih žanrova, formi i tehnika. Novinari su u potrazi za onime što može dugoročno zadržati pažnju gledatelja i ostati u ciklusu vijesti. "I medijski djelatnici i publike favoriziraju materijal koji budi određena sjećanja, koji je lako razumljiv, visoko tematičan, poznat i jednostavan" (Altheide, 2004: 292). Vijesti sve više postaju priče, tj. visokoemotivni i dramatični narativi koji više ne slijede strogu strukturu klasične vijesti, kao ni tradicionalne norme u pogledu njihovih vrijednosnih elemenata.

PAKIRANJE TELEVIZIJSKIH VIJESTI: JAVNA DRAMA KAO DIO NOVE TELEVIZIJSKE LOGIKE

Infotainment i spektakl sastavni su dijelovi emisija televizijskih vijesti. Način na koji su vijesti oblikovane i predstavljene jest ključan u tome kako će ih publika doživjeti i koristiti dobivene informacije. U ovom tekstu za oblikovanje vijesti rabimo

i termin pakiranje vijesti,¹ što je doslovan prijevod s engleskog, a u ovom slučaju bolje dočarava njihovo prilagođavanje nametnutim standardima.

Spektakl, šok i dramu predstavljene na pojednostavljen i visokoemocionaliziran način, uklopljen u tradicionalne narativne forme, proživljavamo na televizijskim ekranima gotovo svakodnevno. Brian A. Monahan tu je novu, hibridnu vrstu vijesti nazvao *public drama* (2010). Javna drama odraz je suvremene medijske logike i promjena u industriji vijesti.

Public drama ili javna drama produkt je komercijalizacije u *mainstream* medijima, naročito na televiziji koja najuspješnije utjelovljuje sve njene odrednice. “Javna drama određeni je stil vijesti u kojem su dramatične i emotivne informacije i slike ukomponirane u uzbudljivu priču koja je kao takva najvrednija” (Monahan, 2010: xii). Televizijske novinarske vrste, kao i vijesti, preuzimaju pripovjednu strukturu – svaka je priča s početkom i krajem, mnogim pitanjima i rješenjima, napetostima, zanimljivim likovima i uspostavljanjem ravnoteže (Perišin, 2010: 111). Zahvaljujući slici i zvuku, televizija često vijest ili događaj pretvara u nešto što je bliže fikciji. Televizijske vijesti sve više izgledaju poput drame u nastavcima gdje se ravnoteža ne uspostavlja tako brzo, već se nastoji što dulje održavati napetost. Dramatični narativ, spektakl i neriješena pitanja dodatno privlače i zadržavaju publiku.

Glavne odrednice javne drame jesu: visokodramatični i emotivni elementi, zanimljivi likovi, evokativne teme i uzbudljivo okruženje, sve uklopljeno u nekomplikiran linearni narativ u nastavcima koji stalno traži od publike da prati priču (Monahan, 2010: 6-7). Upravo zbog toga više nalikuje na zabavu nego na vijesti. “Ako je priča dovoljno napeta, dramatična, vizualno privlačna i emotivno nabijena – i ako joj se poklanja dovoljno vremena i pažnje u ciklusu vijesti – vjerojatnije je da će je publike otkriti i postati uključene u fabulu i njene likove” (2010: 27). Medijski djelatnici favoriziraju upravo takvo strukturiranje televizijskih vijesti jer je jeftino, relativno lagano za proizvodnju, može osvojiti i zadržati veliku publiku te ostati dugo u ciklusu vijesti. Monahan čak vjeruje da javne drame mogu postati nova odvojena franšiza vijesti, naročito u komercijalnim medijima (2010: 28).

MOĆ JAVNE DRAME:

MIJENJANJE SISTEMA ZNAČENJA I KOLEKTIVNOG PAMĆENJA

Pojednostavljene strategije i alati konstruiranja javne drame dovode je u položaj u kojem ona balansira između vijesti i popularne fikcije, tj. filmskih scena koje nam se pak čine još uzbudljivije jer znamo da u ovome slučaju proizlaze iz stvarnih događaja. Naglasak na zabavnoj komponenti znači i bijeg od primarnog zadatka me-

¹ U ovom tekstu rabi se doslovno preveden pojam “packaging” kao pakiranje, tj. oblikovanje televizijskog sadržaja u prilog ili emisiju.

dija da informiraju i obrazuju publiku. Posljedica je toga da se mnogi kompleksni aspekti nekog događaja izostavljaju u korist dramatičnih i emotivnih momenata i arhetipskih likova u priči. Često to znači korištenje samo jednog dominantnog narativa u vezi s nekim događajem i zapostavljanje svih ostalih (Monahan, 2010: 30-31). U praksi se takva vrsta izvještavanja u kojem se ističe dio priče, djeluje na emocije, a zanemaruje kontekst, analiza ili druga strana naziva senzacionalističkim novinarstvom.

Kultura, koja je zajednički sistem značenja i koju koristimo da bismo strukturalizirali i osmislili svoj život i društvene interakcije, pod velikim je utjecajem medija. Naše znanje o svijetu je medijalizirano, što znači da “mi razumijemo i djelujemo u svijetu kroz televiziju, filmove, radio, novine i računala” (Desfor Edles, 2002: 56).

Javna drama ima veliku moć da mijenja postojeće sisteme značenja i javno mišljenje, da utječe na razvoj i implementaciju različitih diskurza i politika te na kolektivno pamćenje. “Upućivanjem stavova publike na jednu verziju kognitivne stvarnosti i moralnog reda javna drama iz temelja utječe na način na koji gledamo na svoju prošlost, sadašnjost i budućnost te na koji način mislimo o različitim događajima i temama” (Gusfield, 1981: 177). Pritom najsnažniji efekt i odjek imaju upravo javne drame koje se odnose na neke fundamentalne kulturne vrijednosti i moralnost.

Javna drama, kao što tvrdi i sam Monahan, ne mora nužno biti nešto negativno. Kada je riječ o važnim događajima, javna drama može značajno promijeniti društvene institucije, usmjeriti pažnju vladajućih struktura i javnosti na diskurz o radu, aktivnostima i organizaciji samih institucionalnih predstavnika koji su obično skriveni od javnosti (Monahan, 2010: 33).

TRI PRETPOSTAVKE JAVNE DRAME

• KONTINUIRANA MEDIJSKA PAŽNJA

Javna drama je serijalizirana priča koja je puno više od jednog televizijskog priloga vijesti ili kratke kolekcije izvještaja. Naprotiv, ona podrazumijeva da novinari posvećuju određenom događaju i problemu veliku pažnju, prate kako se razvija kroz dulji period i čine sve da zadrže publiku. U onom trenutku kada fabula i likovi dobiju određeni oblik i budu poznati i prihvaćeni među gledateljima, izrasta prava javna drama. “Suočeni s kompleksnostima financijskih kalkulacija, inter- i intramedijskim natjecanjima, širenjem, tehnološkim napretkom i promjenjivim ukusom publika, proizvođači vijesti pokušavaju identificirati moguće zanimljive i potencijalne vijesti koje se mogu proizvesti brzo i efikasno, a da istovremeno uspijevaju privući i zadržati interes i pažnju publike” (Monahan, 2010: 44). Novinari odabiru priče koje su vizualno atraktivne i emotivno nabijene.

• MEDIJSKO PAKIRANJE

Da bi materijal postao javna drama, mediji ga moraju organizirati i prezentirati na određeni način. Vezivno tkivo javne drame je fabula koja je kolekcija dramatičnih slika, emocionalnih momenata i životnih likova. “Oni elementi koji se najbolje uklapaju u ovakav format postaju temelj fabule, a oni koji su prekompleksni ili nedovoljno uzbudljivi ili dramatični izostavljeni su” (Monahan, 2010: 44). Budući da su javne drame pakirane tako da sliče popularnoj fikciji, novinari često odabiru likove koje mogu pretvoriti u poznate arhetipove s kojima se publika s lakoćom identificira – poput žrtava, heroja i slično. Također, jako je važno mjesto gdje se javna drama odvija, tj. oživljava. “Mjesto uz koje je vijest vezana jest interpretativni prostor u koji se smješta publika” (Fine i White, 2002: 67, prema Monahan, 2010: 45). Novinari koriste evokativni jezik i uzbudljive slike da bi stvorili “scenu”, a ponekad se dogodi i nešto što je samo po sebi toliko vizualno atraktivno i spektakularno, poput polugotovog proizvoda koji se s još većom lakoćom zaokruži u narativ – što je slučaj s primjerom javne drame koji je tema ovog rada. Spektakl iz kinodvorana postao je stvarnost, a mediji su ga dodatno naglasili i iskoristili.

Kako bi navedeni alati pakiranja javne drame funkcionirali, važne su dvije tehnike:

– POJAČIVAČI DRAME

Pri konstruiranju javne drame novinari moraju identificirati i naglasiti dramatične elemente događaja, tj. pomno izgraditi njenu dramatsku privlačnost. Kod većine događaja ta dramatičnost nije intrinzična, već je novinari stvaraju, no vidjet ćemo da je, kad je riječ o tome pitanju, slučaj u ovome radu djelomično iznimka. Pritom se televizija koristi mnogim vizualnim i narativnim tehnikama da naglasi te elemente. “Dramatični narativi često sadrže snažne riječi, statistike, slike i ostale senzacionalne elemente. Organizirani su i predstavljeni u ‘upravo saznajemo’ formatu, zbog čega publika ima osjećaj da sudjeluje u nepredvidljivom dramatičnom trenutku koji još traje” (Monahan, 2010: 47).

Slike spektakla i šok pri pomisli da su događaji iz popularne fikcije, primjerice filmova, doista dio vijesti iz stvarnog života dodatno pridonose privlačnosti javne drame.

Najbolji primjer drame uživo jesu udarne vijesti koje funkcioniraju s najmanjim upletanjem novinara, koji samo trebaju pojačati i naglasiti činjenice i slike koje su same po sebi dramatične. Udarne vijesti brzo i lako privlače publiku. No, budući da je vremenski raspon u kojem se takav udarni događaj odvija relativno kratak, sljedeći je korak zadržati publiku, a to novinari čine tako da publici daju “osjećaj kako se osjećaju, što vide i čuju oni koji su direktno dio tog događaja” (Monahan, 2010: 47). Još je jedan vizualno efektan način ponavljanje i usporavanje dra-

matičnih snimki te raspravljanje i spekuliranje o uzrocima te dodatnim problemima i opasnostima koje bi mogle uslijediti.

– KULTIVIRANJE EMOCIONALNOSTI

Ističu se oni elementi vijesti koji će s lakoćom proizvesti snažnu i trajnu emotivnu vezu između publike i događaja ili ljudi koji su prezentirani. Emocije su ključne za povezivanje s pričom. “Ako je javna drama zapakirana i prikladno prezentirana, može navesti publiku da vjeruje kako su događaji koji se odvijaju važni za nju, da bi se zaista trebala brinuti zbog tih događaja i sudjelovati u njima direktno ili indirektno” (Monahan, 2010: 49). Pritom je važno personalizirati priču, ispričati je kroz pojedinca ili situaciju s kojom se gledatelji mogu identificirati.

Pritom veliku važnost u dopiranju do publike i što snažnijem efektu javne drame imaju likovi koji nose priču – to mora biti netko s čijom se tragičnom ili herojskom sudbinom publika može poistovjetiti, suosjećati, djelomično identificirati ili se barem zainteresirati za nju. Sudionici događaja koje novinari odaberu postaju likovi u javnoj drami koji kao da dobivaju svoj vlastiti život – gotovo poput lika u filmu – jer novinari mogu s lakoćom izgraditi, kao i preokrenuti njegov imidž i mjesto u priči (Monahan, 2010: 33-34). Tako je, na primjer, u Monahanovoj analizi posebna pažnja usmjerena na priče o vatrogascima koji su spašavali ljude iz zapaljenog tornja. Oni su primjer priča o herojima bez kojih nema javne drame u televizijskom mediju.

• UŽIVLJENA PUBLIKA

Javna drama ne može živjeti bez publike. Način na koji novinari pakiraju televizijske vijesti, kao i način i intenzitet s kojim se gledatelji uživljavaju i uključuju u priču važan su faktor kad objašnjavamo moć javne drame. “Novinari su *gatekeeperi* koji odlučuju što hoće odnosno što neće postati vijest, dok publika funkcionira kao vrsta tihog partnera u procesu proizvodnje vijesti” (Monahan, 2010: 45).

Jedan od najboljih načina da se privuče i zadrži pažnja i interes publike jest “izabrati priču koja ima prepoznatljive likove koje se može mrziti ili voljeti, s dramatičnom traumom čije će razrješenje gledatelji očekivati” (Scott, 1998: 1). Najvažnije je da publika pritom ima osjećaj da je ono što se događa likovima nešto što značajno utječe na njen vlastiti život ili da je u najmanju ruku zabavno i vrijedno njene pažnje.

TELEVIZIJSKO PAKIRANJE VIJESTI I OŽIVLJENI SPEKTAKL: KAKO JE NASTAO 9/11

Kao jedan od primjera vrlo moćne i dalekosežno utjecajne javne drame rođene i kreirane u društvu spektakla izabran je događaj od 11. rujna 2001. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. Televizijski novinari iskoristili su šok, vizualnu

spektakularnu narav i dramatičan utjecaj tog povijesno važnog događaja kako bi kreirali javnu dramu na ekranima i u gledatelja. Taj je događaj osim toga utjecao i na međunarodna politička zbivanja, ali i na novinarstvo. Naravno, 9/11 nije jedina televizijska javna drama, ali je označila početak tog trenda u televizijskome novinarstvu, koji se kasnije razvio i proširio (primjerice, uz upotrebu društvenih medija), što smo mogli vidjeti u novijim javnim dramama poput uragana Katrina, nestanka djevojčice Madeline McCann, Arapskog proljeća, pokrivanja različitih prirodnih katastrofa u jugoistočnoj Aziji, potrage za nestalim malezijskim zrakoplovom kojim su se mediji bavili u rujnu 2014. itd. Ili na novijim primjerima iz 2014. u Hrvatskoj kao što je izvještavanje s poplavljenih područja, privođenje zagrebačkog gradonačelnika, svakodnevno praćenje događaja u braniteljskom šatoru u Savskoj ulici itd. Pri tome je očito da svi događaji od kojih se proizvodi javna drama nemaju istu informativnu vrijednost i važnost (Perišin, 2010: 161-167).

Iako postoji velik broj varijanti i teorija zavjere oko pravih počinitelja i uzroka napada 11. rujna 2001. godine, u radu se usredotočujemo na središnji narativ američkih *mainstream* televizijskih postaja, koji se poklapa sa službenim vladinim 9/11 Commission Report i tvrdnjom da se radi o pomno osmišljenom terorističkom napadu talibanske terorističke organizacije al-Qaede.

Scott Stossel tvrdi da televizija ima jednu od glavnih uloga kad su u pitanju teroristički napadi – ona je idealni prenositelj dramatičnih vizualnih slika koje kreiraju teroristi, tj. posebno osmišljenog spektakla. On ide toliko daleko da tvrdi kako su prioriteti televizije i terorista u neku ruku jednaki – s jedne se strane televizija oslanja na dramatične slike kako bi uvjerila publiku u nešto, dok terorizam ovisi upravo o tim slikama da bi generirao strah koji seže puno dalje od samog mjesta napada (2001, prema Tester, 2004: 193).

Teroristički napadi 11. rujna 2001. godine bili su jedan od najvećih izravnih napada na američko tlo u povijesti. Teroristički napad sam po sebi nije bio potpuno nezamisliv, no nezamislivo je bilo da su se scene iz horor i SF-filmova iz kinodvorana preselile na ulice New Yorka i postale stvarnost. Holivudska fantazija kao izvor dobre zarade za filmsku industriju producirala je slike zbog kojih su bogati Amerikanci imali noćne more o katastrofi koja će ih uništiti. No, Hollywood nikada nije mislio da će to doista postati stvarni život, a kada je postalo, prva reakcija svakog gledatelja bila je šok. Nezamisliva katastrofa s filmskog je platna transcendirala u svijet u kojem živimo (Žižek, 2002, prema Smelik, 2010: 308). Spektakl iz kinodvorana postao je stvarni događaj u društvu spektakla, ovaj put ne na filmskome platnu, već u izravnome prijenosu i kasnijim priložima na televizijskim ekranima u domovima diljem svijeta – ponovna transformacija iz stvarnosti u određen oblik spektakla u formi javne drame – baš onako kako su napadači i željeli.

Zbog već dotad ukorijenjenog načina procesuiranja događaja i iskustava kroz slike spektakla, napad na World Trade Centre (WTC) za mnoge je bio slika koja

im se neki način već urezala u pamćenje, ali na nekoj potpuno drugoj razini – slika za koju nikada nisu očekivali da će se materijalizirati. Anneke Smelik 9/11 naziva tzv. performansom ili predstavom memorije i pod tim podrazumijeva spajanje dva-ju strukturnih elemenata: prvo – sve što se prikazuje na televiziji je događaj koji sadrži elemente spektakla jer se sve slike stvarnosti odvijaju u vizualnoj kulturi ponavljanja i predstave; drugo – slike već postoje prije stvarnog događaja jer su dio izmišljenih priča čija smo publika bili u prošlosti, poput filmova (Smelik, 2010: 308).

Možda je baš zato teroristički napad na SAD bio osmišljen kao filmska katastrofa. Naime, napadači su znali da su Amerikanci (i ne samo oni) društvo spektakla koje misli u slikama i da je to jedan od najupečatljivijih i najdjelotvornijih načina da postignu svoj glavni cilj – utjeraju im strah u kosti i osjećaj potpune nesigurnosti. Pritom su pretpostavili da će im mediji u tome pripomoći – i nisu se prevarili.

TELEVIZIJSKA JAVNA DRAMA ZVANA 9/11

Na dan napada *mainstream* televizijski kanali u SAD-u prestali su izvještavati o svemu i usredotočili se isključivo na ovaj povijesni događaj, učinivši čak i ono što se činilo doslovno nemoguće za njih: prekinuli su emitiranje reklama. CBS, ABC i NBC pretvorili su se u svojevrzne 24-satne *news* kanale koji su toga dana i nekoliko sljedećih zaboravili da su rivali te su međusobno dijelili snimke. Monahan to naziva *all-9/11-all-the-time* formatom (2010: 62). Televizija je bila glavni izvor informacija – Pew istraživanje iz 2002. otkrilo je da je tako bilo za četiri od pet Amerikanaca, a Ruggiero i Glascock zaključili su da je 92% ispitanika pratilo napade upravo na televizijskim ekranima (Monahan, 2010: 190).

Prirodna neočekivanost ovakvog događaja te potpuno oslobađanje medijskog prostora i posvećenost samo njemu značili su za televizijske djelatnike vrlo kompleksnu i zahtjevnu situaciju, naročito u prvim minutama i satima napada koje je obilježila golema neizvjesnost. Televizija je morala istovremeno izvještavati o nečemu što se još nije iskristaliziralo u zaokruženu cjelinu i potruditi se da upravo to učini – prikuplja djeliće informacija i gradi priču pred očima i ušima gledatelja. Oni nisu mogli čekati da se priča okonča, već su odmah morali pronaći okvire unutar kojih će smjestiti sve elemente. Upravo je televizijsko izvještavanje i narativ koji su oblikovali na dan napada bio ključan jer je postao s jedne strane općeprihvaćena priča o uzrocima napada, a s druge duboko potresna i emotivna priča u nastavcima koja se odrazila na američko društvo na nekoliko razina.

Na temelju zbunjenosti, panike i potrage za informacijama za vrijeme napada i u satima nakon njega televizijski novinari oblikovali su temelje za javnu dramu, iako to možda isprva nije tako izgledalo. Monahan je analizirao tjedan dana NBC-ovih vijesti, uključujući i dan napada. Upravo je potonjem posvetio najveću

pažnju. Iznošenje njegovih zapažanja je neizbježno kako bismo bolje razumjeli televizijsku transformaciju napada u 9/11.

Iako bismo pomislili kako su upravo zbog davanja cijelog prostora samo tom događaju televizijski novinari imali mjesta za detaljne analize i istraživanje, oni su ignorirali njegovu kompleksnost te, prema Monahanu, svoje izvještavanje uklopili u dva osnovna okvira značenja unutar kojih se kreirala javna drama 9/11.

• OKVIR: ODGOVORNOST I ODMAZDA

Bilo je važno što prije pronaći odgovore na pitanje tko je kriv, kako se to dogodilo i kako SAD treba odgovoriti na napade. Mnogi su medijski teoretičari zaključili da je upravo inicijalno pokrivanje *mainstream* medija, naročito televizije, oblikovalo dominantan okvir o viktimizaciji Amerike i potrebu za vojnom intervencijom kako bi se istjerala pravda (Anker, 2005; Breithaupt, 2003; Debatin, 2002; Reynolds i Barnett, 2003, prema Monahan, 2010: 64). "Nastao je pojednostavljen glavni narativ koji se temeljio na želji za odmazdom" (Debatin, 2002: 172). Anker je analizirajući vijesti na Fox Newsu otkrila da se narativ bazirao na osjećaju povrijeđenosti i želji za moralnom odmazdom (2005: 22). Vojna akcija bila je potrebna kako bi se izvršila transformacija iz žrtve u pobjednika, a takav je narativ umnogome pogodovao tome da mediji, a posljedično i javnost, podržavaju buduće odluke vladajućih struktura. Barnett i Reynolds analizirali su CNN i zaključili da je taj kanal "stvorio moćan vizualni i verbalni okvir tvrdeći da su događaji 11. rujna bili toliko grozan ratni čin da je vojna akcija bila ne samo opravdana već i nužna" (2002: 26).

NBC-ovi novinari i voditelji od trenutka napada u vrlo kratkome vremenu su iz šoka i neizvjesnosti posegnuli za poznatim metodama i okvirima objašnjavanja napada kojima su, možda u početku čak i nesvjesno, pridonijeli razvoju televizijske javne drame. Već nakon zabijanja drugog aviona u južni toranj WTC-a nedoumica o tome je li udar prvog aviona bio nesreća pretvorila se u pretpostavku o terorističkom napadu. Ubrzo su uslijedila i javljanja washingtonskih dopisnika televizijske postaje koji su potvrđivali da vladajuće strukture smatraju da se radi o jasnom terorističkom napadu, a sumnje više nije bilo nakon što je potvrđeno da je treći oteći avion pogodio Pentagon. Osnova tog okvira jasno je uspostavljena u prvim sat vremena nakon napada. Ona je nadalje građena odabirom sugovornika koji se uklapaju u priču o terorističkom napadu, poput državnih i sigurnosnih predstavnika, "stručnjaka" za terorizam i sl. (Monahan, 2010: 84).

Tom Brokaw, poznati NBC-ov voditelj, sazeo je veliki preokret u američkoj povijesti već sat vremena nakon napada:

Posljedice ovoga ne mogu se prenaglasiti, a ovo je tek početak. Živjet ćemo ovu priču i suočavati se s njenim posljedicama kroz neko vrijeme. Amerika će se promijeniti... ovo će duboko promijeniti zemlju ne samo u sljedećim danima već mje-

secima... Amerika se promijenila danas. Ovo je crni dan za zemlju. U budućim povijesnim knjigama bit će debelo otisnuto da je Amerika bila žrtva organiziranog terorističkog napada unutar svojih granica, uz otimanje civilnih zrakoplova, sve s groznim posljedicama (Brokaw, NBC [10: 00], 11. rujna 2001. prema Monahan, 2010).

• OKVIR: SUOČAVANJE S NAPADOM I ZACJELJIVANJE

Drugi okvir koji je bio puno prisutniji i nametan prvog tjedna nakon napada povezan je s načinom na koji se SAD suočio s napadom, kako u instrumentalnom tako i u emotivnom pogledu. On je puno važniji za nastanak javne drame 9/11. Televizijski mediji pratili su rješavanje posljedica napada na fizičkoj razini i način na koji su ljudi afektivno i kognitivno rezonirali o čitavom događaju i njegovim posljedicama. U ovome su okviru stasali ključni elementi ove javne drame.

Zanimljivo je da je medijska pažnja bila ponajviše usmjerena na New York i napad na WTC, a napad na Pentagon te pad četvrtog otetog aviona kod Pittsburgha bili su potisnuti u drugi plan. Događaji u New Yorku dominirali su u medijima, kako na dan napada tako i kasnije. Tester (2004: 187-190) za ovakvu situaciju navodi tri razloga – New York je jedan od centara međunarodnih medijskih institucija – svi su već bili na pravome mjestu u pravo vrijeme; New York kao istinski globalni grad poznat je gotovo svima – njegove smo ulice gledali u mnogim filmovima, na naslovnica časopisa i slično; teroristi su itekako bili svjesni simboličke veze svojeg nauma i televizije – tzv. propaganda djelom (*propaganda by deed*). Znali su pred kojom će slikom cijelome svijetu na par sekundi zastati dah. Vizualna spektakularnost napada na WTC te oživljavanje filmskih scena učinili su New York središtem medijskog izvještavanja.

VIZUALNOST, RAZGOVORI SA SVJEDOCIMA I SPEKULACIJE O ŽRTVAMA KAO STRATEGIJE NAGLAŠAVANJA DRAME

Panika u redakcijama, pa tako i u NBC-ovoj, te potreba novinara da se snalaze u novonastaloj situaciji i traže informacije ispunili su program uzastopnim ponavljanjem spektakularnih i nevjerovatnih snimki udara aviona u tornjeve, a kasnije i njihova urušavanja. Same objektivne karakteristike napada bile su šokantne, spektakularne i gotovo nevjerovatne – televizija je od samog početka imala vizualnu komponentu, vrlo dramatičnu i nabijenu emocijama, no prije svega šokantnu. Ponavljanjem snimki ključnih trenutaka samo je pojačavan dramatični efekt, poput nečega što želimo pogledati i stoti put jer jednostavno ne možemo vjerovati da se događa.

Osim Monahana i drugi su medijski istraživači primijetili korištenje tipičnih televizijskih tehnika dodatnog raspirivanja emocija kod publike pri izravnim pri-

jenosima i na drugim televizijskim postajama. Reynolds i Barnett identificirali su tehnike televizijske proizvodnje koje su pridonosile jačanju emocija. Analizirajući CNN-ove udarne vijesti, primijetili su da je ta televizijska kuća koristila podijeljene ekrane, snimke s tla ispod WTC-a, amaterske videosnimke, ekipe za spašavanje i slično. Također su prikazivali i Palestince koji slave napad, što je za gledatelje bio itekakav okidač (Walker, 2006: 17-18).

Dodatna komponenta koja je doprinosila dramatičnosti u izravnim prijenosima i izvještavanju na dan napada bili su iskazi svjedoka. Tako je NBC telefonski kontaktirao s mnogima. “Broj onih koji su željeli podijeliti priču rastao je, mnogi su prepričavali kako je bilo vidjeti i čuti avion koji im prelijeće preko glava i naglo skreće i zabija se u WTC. Već smo u tim iskazima prvi put čuli o ljudima koji skaču s visokih katova tornjeva u smrt, često u parovima, držeći se za ruke” (Monahan, 2010: 77). Takve informacije nisu davale nikakve novosti o važnim činjenicama o napadu, tj. ni na koji način nisu smanjivale neizvjesnost, već su dodatno pridonosile dramskom narativu, poput građenja filmske priče u izravnome prijenosu. Njih je do kraja dana bilo sve više, a novinari su oprezno birali baš one najemotivnije i najdramatičnije iskaze. Novinari su produžavali paniku pretpostavkama o otmicama još nekoliko aviona, o detonacijama bombi u Washingtonu i New Yorku, kao i o slanju vojnih brodova ispred dva grada. Takve spekulacije u eteru dodatno su pojačavale i širile osjećaj nesigurnosti, straha i nemoći među gledateljima.

Televizijski su novinari posvećivali puno vremena i energije spekulacijama o broju žrtava, prije svega u New Yorku. “Tom, oduzima dah – čovjek iz WTC-a rekao je da je u vrijeme napada ujutro tamo bilo oko 20 000 ljudi. Tko zna koliki će taj broj biti na kraju. Ono što znamo jest da je bilo 266 ljudi u četiri oteta aviona koji su iskorišteni kao oružje” (Hager, NBC [15: 00], 11. rujna 2001 prema Monahan, 2010).

TELEVIZIJSKO IZVJEŠTAVANJE U DANIMA NAKON NAPADA: ROĐEN JE 9/11

Biranjem melodramatskih elemenata poput iščekivanja, iznenađenja, konflikta i tuđe američki *mainstream* televizijski kanali stvorili su 9/11 – seriju dramatičnih i emotivnih priča. Spektakl iz kinodvorana postao je stvarnost, a televizija ga je ponovno ispričala na svoj način, igrajući na kartu privlačenja publike: javnu dramu.

Kao najbolju ilustraciju NBC-ova narativa oko napada, ali ne samo njegova, Monahan navodi pitanja koja su postavljena njujorškom gradonačelniku Giulianiju dan nakon napada:

1. Znam da ste proveli puno vremena na mjestu događaja. Možete li mi dočarati što ste dosad vidjeli?

2. Postoje tvrdnje da spasitelji dobivaju telefonske pozive od ljudi koji su zaglavljeni u ruševinama. Što mi možete reći o tome?
3. Želim razgovarati s vama o, po mom mišljenju, jednom od najstrašnijih dijelova ove priče. Vatrogasci, policajci, hitna pomoć, u nekim su slučajevima bili u zgradama kad su se srušile. Recite mi koliko je to života uzelo.
4. Jučer ste rekli da bi broj mrtvih mogao biti veći od onoga što možemo podnijeti. Možete li na bilo koji način procijeniti koliko je ljudi u ruševinama? (Monahan, 2010: 115).

Nakon bezbroj ponavljanja snimaka udara aviona u tornjeve i urušavanja tornjeva, koji su postali mjesto odvijanja drame koju su gledatelji pratili izdaleka, novinari su se sljedećih dana nastojali što više približiti tzv. *Ground Zero*, mjestu ruševina, i svim tragedijama koje su se ondje odvijale. Izvještavanje uživo bilo je svojevrsni pothvat jer je to mjesto bilo ograničeno samo za spasioce, a izvjestitelji su činili sve da uđu u taj prostor – nekima je i uspjelo. To je vrlo važno za javnu dramu jer televizija želi približiti gledateljima osjećaj kako je biti ondje, što mogu vidjeti i čuti – sve uz korištenje vrlo snažnih simbola i deskriptivan jezik. Tako Ann Curry izvještava:

Medije se drži podalje od *Ground Zero* područja gdje se sve dogodilo. No prije par trenutaka vratila sam se iz područja gdje smo uspjeli prodrijeti sve do Cortanda i Churcha. Tako vidite spasioce izbliza, a to dosad nismo uspjeli... možete vidjeti ruševine, dim koji se još uvijek diže jer puše vjetar i stalno ga raznosi zrakom... Zastava, doduše, američka zastava još uvijek vijori visoko, spasitelji, vatrogasci i policajci pokazuju na nju i kažu da je ona simbol njihova nesalomljivog duha i njihovih napora da nađu bilo koga tko bi mogao biti živ ispod ruševina, i oni neće stati. Želimo vam također približiti da ovdje zaista možete osjetiti s čime se spasioci suočavaju... kretanje prema *Ground Zero* je poput spuštanja u pakao. Zrak je tanak i otrovan, srušene zgrade nestabilne i opasne, no svejedno stotine spasilaca ulaze (Curry, NBC, [9: 00], 13. rujna 2001. prema Monahan, 2010).

NBC-ov reporter dr. Ian Smith bio je na mjestu događaja zabranjenom za medije kao liječnik, a ne kao novinar. Ponio je videokameru i naknadno ispričao svoje iskustvo:

Ovo je početak. Kao što vidite, ovo je sjeverni toranj, ovo što je ostalo. Eto, to je to što vidite, jednostavno nevjerojatno. (...) Ovdje sam radio pomažući stradalima. Ovo je stvarni *Ground Zero*, ovamo dolaze samo vatrogasci, policajci i liječnici. I moram ti reći, Matt, slike koje vidiš ne čine se stvarne, vatrogasac iscrpljen u kolima hitne pomoći... To je tako teško gledati. Ti dečki su ovdje, oni uzimaju kante i skupljaju krhotine, jedan po jedan, pokušavaju naći nekoga i što manje dirati oko sebe. Zato što je većina toga jako nestabilna. To su brda krhotina. A oni su na vrhu njih, pokušavaju spustiti velike dijelove. Oni su heroji. Tako je dobro vidjeti sve

kako rade zajedno i traže preživjele. Ako pogledate štetu na vozilima – vidio sam vatrogasna kola doslovno srušena sa zemljom. I vjerovati da je netko živ, možda negdje u dubini, ali moram ti reći, ovo izgleda tako loše. Tako loše (NBC, [7: 00], 14. rujna 2001. prema Monahan, 2010).

Osim dramatičnih slika s *Ground Zero* i evokativnog jezika, veliku ulogu u kreiranju javne drame imala su i svjedočanstva očevidaca u brojnim intervjuima. “Iskazi očevidaca cijene se kao tehnika postavljanja scene jer daju dozu iskustvene autentičnosti predstavljanju” (Monahan, 2010: 99). Bili su to zaposlenici WTC-a koji su se spasili, djelatnici hitne pomoći, javne ličnosti, novinari koji su se našli blizu WTC-a u vrijeme napada. Svi su u detalje prepričavali svoja iskustva. Važni su bili i oni čiji su voljeni nestali u napadu. Najveću su pažnju privukla svjedočanstva onih koji su vidjeli ljude kako skaču iz tornjeva prije nego što su se urušili. Tako je jedan svjedok u intervjuu rekao:

Skakali su u parovima. Skakali su – kao kiša ljudi. To je bilo nevjerovatno, misliš da se moraš okrenuti i pobjeći, a svi su samo sleđeni stajali i gledali (NBC, [17: 00], 12. rujna 2001. prema Monahan, 2010).

Osim svjedočanstava, prva dva dana nakon napada emitirane su mnoge snimke ljudi koji su skakali u smrt, no uskoro su mnogi kritizirali takav televizijski potez, pa su uklonjene iz produkcije svih *mainstream* televizijskih kanala. Do kraja tjedna bilo je još verbalnih svjedočanstava o tome, no i ona su ubrzo uklonjena (Monahan, 2010: 106).

Mogućnost da ima preživjelih u ruševinama stvorila je sate televizijskog spektakla o tome je li to doista moguće i koliko dugo mogu preživjeti u takvim uvjetima te potakla potragu za bilo kakvim pričama o spašavanju. “U brojnim prilikama NBC-ovi reporteri pokušavali su isforsirati dramatičnu priču o spašavanju. Kad god je postojala makar i glasina o mogućem spašavanju, svi bi pohrlili za dodatnim detaljima i službenim potvrđama, često to radeći u izravnom prijenosu” (Monahan, 2010: 109). Tako je nastalo puno izmišljenih priča, popraćenih nastavkom pretpostavki od dana napada o tome koliko je mrtvih.

KULTIVIRANJE EMOCIONALNOSTI: AMERIČKA TRAGEDIJA

Televizija najbolje gradi emotivnu sponu između publike, događaja i njegovih sudionika osobnim pričama o gubitku i patnji. Upravo se na njih ovaj medij fokusirao nakon što je drama oko spašavanja počela jenjavati. Naglasak je na pričama koje mogu stvoriti emotivnu ili psihološku sponu između publike i glavnih likova (Monahan, 2010: 121).

Razgovarao sam ovoga jutra s vrlo potresenim bolničarom koji mi je ispričao strašnu priču o dva brata ovdje u New Yorku: jedan je vatrogasac, drugi policajac.

Vatrogasac je potrčao u WTC taman prije nego što se urušio. Bolničar mi je rekao da njegov brat policajac već dva dana u tišini stoji i bdije na mjestu gdje mu je brat umro, odbija hranu i vodu, samo pokušava stajati na mjestu gdje je njegov brat navodno izgubio život (Bloom, NBC [10: 00], 13. rujna 2001. prema Monahan, 2010).

Mrtvi i nestali nisu bili samo brojka, već im je televizija pokušala dati više od imena i lica – njihovu pozadinu, gdje su radili, živjeli, koga su ostavili za sobom. Bilo je to puno likova u javnoj drami koji su razrađeni na puno višoj razini od jednodimenzionalnih reprezentacija i stoga mnogo bliži publici. Česta tehnika bilo je traženje od prijatelja i obitelji žrtava da govore o njima. Tako je žena koja je tražila svojeg brata i dečka za NBC rekla:

Jednostavno sam pukla. Vrištala. Zнала sam da su dvije najvažnije osobe na svijetu u tim zgradama. I pomislila sam: “O moj Bože, o moj Bože!” I razmišljate o njima i njihovim licima i samo želite da izađu. Želite da izađu (NBC [7: 00], 13. rujna 2001. prema Monahan, 2010).

Upravo takav primjer, gdje član obitelji govori o tome kako se osjeća i što tragičan gubitak voljene osobe za njega znači, pretvara se više u razgovor između te osobe i publike, poziva na empatično suosjećanje i postavljanje sebe u cipele te osobe. Koliko su novinari forsirali takvu dramu, najbolje se očituje u naglašavanju naizgled nevažnih detalja, primjerice da je netko umro na svoj rođendan, godišnjicu, da mu se rodilo dijete i slično.

Pritom su najveći heroji, koji su s vremenom postali glavni likovi priče o napadu, bili vatrogasci. Oni su postali simbol američke snage i otpora. Vatrogasci su primjer idealnih likova javne drame, a njihovi naponi u spašavanju dok su istovremeno suočeni s realnom opasnošću bili su lako povezivi s kulturnim i moralnim vrijednostima – herojstvom, hrabrošću, žrtvom (Monahan, 2010: 137). To su obični ljudi s kojima publika suosjeća i s kojima se može poistovjetiti, a izvjestitelji i novinari dodatno su potencirali emocionalni naboj nazivajući ih herojima i stupovima američke vrline.

U nekim izvještajima NBC je emitirao telefonske poruke koje su ostavili ljudi zaglavljani u tornju neposredno prije smrti:

Franny, volim te. Volim te, i Terry i Randy. Tako vas volim. Avion je udario zgradu. Ne znam što se događa. Javit ću se. Volim te, bok (NBC, 14. rujna 2001.).

Atmosfera nesigurnosti i kaotičnosti bila je televizijski omotana u narativ koji je dio prvog okvira – a to je da se radi o napadu na Ameriku, o napadu ne samo na New York nego na svakog građanina. Poruka je bila da bez obzira na to gdje su, ti događaji utječu na njihovu regiju, državu, zajednicu i susjedstvo. Javna drama o

ljudskim tragedijama i općoj nesigurnosti naglašavala je potrebu zajedništva, suradnje i suosjećanja između svih Amerikanaca. To je bila nacionalna tragedija iz koje su morali izaći snažniji.

Javna drama 9/11 je iz već ionako potresnog terorističkog napada – čije su slike bile spektakularne, nevjerovatne i dovoljno šokantne (baš onako kako su napadači željeli) – pretvorena u seriju personaliziranih priča o tragediji i gubitku s jedne, ali i o američkom nacionalnom ponosu i snazi s druge strane. Iako su imali tu mogućnost, novinari su umjesto sagledavanja tih događaja s više strana odlučili prihvatiti službeni narativ o terorističkom napadu i prijetnji Americi, unutar kojeg su se koristili već prokušanim tehnikama privlačenja publike i kreiranja priča koje će je dotaknuti i prikovati uz televizijske ekrane. 9/11 na kraju nije bio samo povijesni događaj s mnogim političkim i drugim implikacijama, nego ga je televizija pretvorila u pravi spektakl ispunjen mnogim filmskim momentima, s konstantnim naglašavanjem tragičnosti, emocionalnosti i arbitrarnosti ljudskih sudbina.

9/11 UŽIVO I NJEGOVA PUBLIKA

Televizija i njena jedinstvena karakteristika izravnog prijenosa slike i zvuka pretvorili su napad 11. rujna 2001. godine u pravu ikonu, u sliku horora urezanu u pamćenje gotovo cijeloga svijeta (Mitchell, 2005, prema Smelik, 2010: 309). “Trenutačno, šokantni događaji prekinuli su normalan tijek vremena i stvorili svjetsku sinkronizaciju pažnje” (Debatin, 2002: 164). Izuzetnost, spektakularnost i jedinstvenost napada te njegove vizualne naravi učinili su taj dan izravnih prijenosa vrlo važnim za način na koji će publika kasnije rezonirati o tom događaju i selektirati nove informacije, tj. postati idealna ciljna skupina javne drame. Način na koji su televizije pakirale vijesti o napadu i njegovim posljedicama u danima koji su uslijedili bio je važan da dodatno privuče publiku i navede je da udahne život javnoj drami svojom pažnjom i suosjećanjem.

Nagli prekidi redovnog programa i potpuno posvećivanje televizijske pažnje na dan napada u SAD-u bili su znak gledateljima da se radi o nečem ozbiljnom. Svojevrсна ontološka sigurnost koju gledatelji osjećaju uz televiziju – uz uvijek poznat i relativno predvidljiv program, slike i zvukove – nestaje naglim prekidom i promjenom u redovnom emitiranju. Tako je bilo i 11. rujna 2001. godine (Silverstone, 2011: 76-77). Za mnoge, Hollywood se činio kao jedini mogući okvir reference (Monahan, 2010: 60).

U takvoj šokantnoj situaciji, kada imamo osjećaj da sanjamo i ne možemo racionalizirati što se događa, kolektivno se okrećemo medijima. Mnogi istraživači, pa tako i Carey, otkrili su da su na dan napada gledatelji kompulzivno pratili televiziju zbog velike neizvjesnosti i zaprepaštenosti (2003: 2). Vremenska i prostorna udaljenost između gledatelja i onoga što se tog dana događalo u New Yorku gotovo

je nestala. Kada postoji izravni prijenos događaja, pogotovo takvih koji šire paniku ne samo među gledateljima već i među samim medijskim djelatnicima, ono što nedostaje je kontekst. Gledatelj je stavljen u kompliciran položaj svjedoka. "Prijenos uživo je televizijski žanr svjedoka *par excellence*" (Chouliaraki, 2006, prema Smelik, 2010: 317).

Francuski sociolog Luc Boltanski (1999: 127) govori o moralnoj obvezi gledatelja koji ne pate prema onima koji su izravno iskusili napad. Ona se naposljetku svodi na *obligation to watch* i na tzv. ponudu obvezivanja: mediji nude gledatelju da slike koje je vidio na televiziji i emocije koje je pritom iskusio prepriča nekome drugome i na taj se način obveže, pomogne onima koji pate na jedini način koji može – komunicirajući s drugima i suosjećajući sa žrtvama. Dok je recimo napad na tržnicu na Merkalama u Sarajevu 1994. godine nekoga ostavio potpuno ravnodušnim i možda je prebacio kanal a da uopće nije pogledao vijest do kraja, napad na WTC je za Boltanskoga bio drugačiji upravo zbog tog iskustva izravnog prijenosa. Gledatelji su kompulzivno gledali snimke napada i pratili vijesti taj dan upravo zbog atmosfere u redakcijama televizijskih kanala – osjetili su da i ondje vlada zbunjenost i panika, novinari su brkali glasine i činjenice, vijesti u svojoj klasičnoj formi nisu postojale. Radilo se o tzv. "trenutačnosti privremenog", zbog čega su gledatelji imali dojam da novinari nemaju vremena manipulirati i pakirati informacije – jednostavno nisu sumnjali u ono što su vidjeli na televiziji i vjerovali su tome. To je pobudilo i određene osjećaje i empatiju, ali i val šoka i panike koje je u tim trenucima dijelio čitav svijet. Upravo onda kada mediji nisu radili svoj posao kako se očekuje, publika im je najviše vjerovala (Tester, 2004: 190-193).

MORALNI ŠOK KAO PRETPOSTAVKA JAVNE DRAME

Napad 11. rujna 2001. bio je svojevrsni moralni šok. Taj termin uveli su još Jasper i Poulsen, a označava "iznenadni javni događaj koji je intenzivno medijski popraćen i rađa u ljudima osjećaj bijesa koji potiče na političku akciju, bez potrebe da to učini mreža osobnih kontakata kao inače" (Jasper, 1997: 106). U slučaju 9/11 politička akcija se izrazila u smislu pojačane političke svjesnosti u javnosti koja je podržavala vojnu akciju vladajućih i osjećala da je ona ključna za povratak osjećaja sigurnosti koji je odjednom izgubljen.

Takva kolektivna orijentacija na medije kao posljedica moralnog šoka, uz spomenuto gotovo totalno povjerenje u medije zbog izvanrednosti situacije, jedna je od pretpostavki javne drame. Ona u situaciji neizvjesnosti i straha ima moć mijenjati kolektivna značenja ili ih s lakoćom stvarati bez preispitivanja. Za Monahana (2010: 59-60), publika 11. rujna nije imala spreman događaj s kojim bi mogla usporediti taj napad, te se stoga morala oslanjati na medije za informacije i okvire stvaranja smisla, naročito u prvim satima napada.

EMOTIVNA VEZA JE KLJUČ

Pojačavanjem dramatičnosti i kultiviranjem emocionalnosti javna drama nastoji zadržati publiku. “Velik broj istraživača otkrio je da je količina i forma medijskog pokrivanja poslije napada proizvela trenutačnu, napetu i dugoročnu emotivnu vezu između publike ove javne drame i onih koji su bili dio nje. Činjenica da su mediji, konkretno televizija, uspjeli trenutačno i izravno pratiti napade i njihove posljedice uvelike je pridonijela jakoj emotivnoj vezi publike s ovom javnom dramom i kratkom vremenu koje je bilo potrebno da se ona formira” (Monahan, 2010: 131).

Slike napada, urušavanja tornjeva, kasnije traženje preživjelih, strašne slike i tužne priče omogućile su publici da postane “suosjećajna i uronjena u kreaciju zajedničkog osjećaja koji se temelji na identifikaciji sa žrtvama” (Debatin, 2002: 167-168).

Televizijske postaje u svojim pričama nisu pravile razliku. “Onaj drugi” bio je ili isti kao mi – kad su u pitanju bile žrtve i njihove obitelji – ili pak toliko različit od nas da nije ni čovjek – u slučaju napadača. S jedne strane inkorporacija i totalna identifikacija, a s druge totalno uništenje, u doslovnom i simboličkom smislu (Silverstone, 2011: 79-80).

Prateći televizijske javne drame o 9/11, publika simbolički, kognitivno i emotivno sudjeluje u njima, ona više nije samo svjedok, nego duboko suosjeća i identificira se sa žrtvama i njihovim obiteljima, baš zbog spomenutog osjećaja slučajnosti i arbitrarnosti, jer se to moglo dogoditi i njima. Posvećujući pažnju pojedinačnim sudbinama i pričama drugih, gledatelji pripomažu pretvaranju terorističkog napada u seriju osobnih tragedija, ali i u veliku priču o američkom duhu i zajedništvu. Cho je u svojem istraživanju uočio da što su pojedinci više gledali televiziju i pratili vijesti, to je njihova negativna reakcija na terorizam bila izraženija (2003, prema Walker, 2006: 6).

KORIŠTENJE JAVNE DRAME 9/11 U POLITIČKOJ ARENI

Priča o napadu 11. rujna 2001. mogla je biti ispričana na posve drugačiji način. Značenja koja je televizijska javna drama davala napadima i svemu što se dogodilo nakon njih nisu bila intrinzična tim događajima, već stvorena međuigrom kulturnih vrijednosti, retorike i društvene akcije.

Priča je načinjena tako da su događaji prikazani kao šokantna i traumatična prijetnja moralnom redu i kulturi američkog društva, ali i čitavog zapadnog svijeta. Kao lijek koji će pomoći Amerikancima da se oporave televizija je nudila heroje (vatrogasce, policajce, bolničare, a kasnije i vojnike) i osnaživanje vjere u zajedništvo i snažan duh američkog naroda.

Napad 9/11 postao je sastavni dio kulturnog pamćenja kao prijeloman događaj zbog kojeg današnje doba nazivamo erom novog terorizma. Na terorizam se danas

gleda kao na prijetnju globalnoj stabilnosti i sigurnosti jer ako Amerika 11. rujna 2001. nije mogla biti sigurna, onda je ostatak svijeta još nesigurniji (Furedi, 2009: 71).

“Generalnoj reakciji na 9/11 u američkim masovnim medijima i političkom establišmentu nedostajala je kritička samorefleksivnost. Glavna namjera nakon 9/11 bila je što bolje ‘prodati’ priču o tome što je Amerika, umjesto zapitati se je li američka vanjska politika pridonijela nepovjerenju i napadima. Umjesto toga, vlada je ujedinila snage s industrijom odnosa s javnošću i promovirala pozitivan imidž SAD-a u medijima i preko granice” (Dimaggio, 2008: 265). Američki predsjednik George Bush prvo je objavio “rat protiv terorizma”, koji je započeo invazijom na Afganistan čija je vlast podržavala Osamu bin Ladenu i Al-Qaeda koja je nesumnjivo bila povezana s napadima. Rat u Iraku “prodan” je Amerikancima zahvaljujući neprestanom ponavljanju tvrdnji da je Saddam Husein umiješan u 9/11 i optužbi da Irak posjeduje oružje za masovno uništenje. Dužnosnici su se pojavljivali u gledanim terminima i iznosili svoje argumente uz ponovno prikazivanje snimki 11. rujna (Bennett, 2011). Neposredno prije početka rata u Iraku 69% javnosti bilo je uvjerenjeno da Irak ima veze s napadom, a 24% anketiranih bilo je uvjerenjeno da je u Iraku već pronađeno oružje za masovno uništenje (2011: 14). To je samo jedno od viđenja problematične i upitne uloge američkih *mainstream* medija, naročito televizije i načina na koji je pakirala vijesti o napadima.

ZAKLJUČAK

Javna drama novi je oblik televizijskih vijesti i njihove logike, produkt komercijalizacije i stalno novih trendova u medijima čiji je cilj privući i zadržati publiku. Spektakl i šok, dramatične i emotivne informacije, likovi i slike, sve su to elementi kojima se televizija, pod pritiskom zahtjeva zarade, sve češće koristi kako bi informirala, ali i zabavila svoju publiku.

Javne drame donose i ograničen broj okvira shvaćanja specifičnih priča o kojima novinari izvještavaju, one nerijetko oduzimaju kompleksnost zbivanjima, promjenama i događajima, ali istovremeno se trude stvoriti emotivnu vezu s gledateljima i zadržati njihovu pažnju.

Pakiranje vijesti različitim vizualnim i narativnim tehnikama, kultiviranje emocionalnosti, novinarsko praćenje događaja u duljem vremenskom periodu i uživljanje publike – sve su to elementi tog novog hibridnog žanra koji je prvi predstavio Brian Monahan.

9/11 postao je rezervoar slika, simbola i retorike, između ostalog i islamofobije, iz kojeg i danas političari, medijski djelatnici i drugi društveni akteri crpe ono što im je potrebno da bi promovirali određenu verziju stvarnosti i opravdali svoje postupke. Taj događaj postao je serijalizirana javna drama o tragičnim ljudskim

sudbinama, ispunjena šokantnim i spektakularnim trenucima, kako vizualno tako i narativno.

Kao što gledatelji ne mogu pobjeći od slika koje su postale dio njih i njihova iskustva, tako ni televizija ne može pobjeći od sebe same, od specifičnog načina na koji se koristi svojim prednostima i nudi određenu sliku svijeta. Naposljetku, kako je rekao McLuhan, mediji su naši produžeci, ali i oni imaju svoje pamćenje i jedinstven način na koji organiziraju informacije, slike i ideje. U tome ih vodi zahtjev za zaradom u suvremenoj medijskoj industriji i proizvodnji vijesti te potreba za što efikasnijim privlačenjem što veće publike.

Da je javna drama 9/11 snažna i danas, pokazuju medijska pokrivanja godišnjica napada. Osim toga, i industrija filma je u konačnici profitirala na tome napadu zbog njegove velike simboličke vrijednosti, ali i spektakularne naravi. Također, američki *mainstream* mediji dali su prednost određenim interpretacijama te na taj način odredili društvene i političke odgovore na taj događaj.

Napad 9/11 simbolički se dogodio četiri puta: u Hollywoodu prije napada kao ideja koja puni kinodvorane, kao spektakl koji su kreirali mediji tijekom i nakon napada, kao spektakl koji je našao svoje mjesto u kulturnom pamćenju te kao spektakl u Hollywoodu nakon napada. No, pravi napad dogodio se samo jednom. Svi su oni promijenili te će i dalje mijenjati svijet u kojem živimo, onaj u našim glavama, kao i tlo pod našim nogama. Pritom je 9/11 samo jedan paradigmatički primjer žanra javne drame. Javna drama postala je dio medijske prakse u kreiranju izvanrednih vijesti, pa i onda kada sami događaji daju puno manje razloga za izvanrednost, te se mijenja i razvija zahvaljujući tehnološkim inovacijama i zahtjevima tržišta.

LITERATURA

- Altheide, David L. 2004. Consuming Terrorism, *Symbolic Interaction* 27: 289-308.
- Anker, Elisabeth. 2005. Villains, Victims and Heroes: Melodrama, Media and September 11, *Journal of Communication* 55: 22-37.
- Bennett, Lance. 2011. *News, The Politics of Illusion*, Pearson and Longman, New York.
- Boltanski, Luc. 1999. *Distant Suffering, Morality, Media and Politics*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Carey, John. 2003. The Functions and Uses of Media during the September 11 Crisis and Its Aftermath. U: Noll (ur.), *Crisis Communications: Lessons from September 11*, Rowman & Littlefield, Oxford.
- Debatin, Bernhard. 2002. Plane Wreck with Spectators: Terrorism and Media Attention. U: Greenberg (ur.), *Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11*, Hampton Press, New York.

- Desfor Edles, Laura. 2002. *Cultural Sociology in Practice*, Blackwell, Malden.
- Dimaggio, Anthony. 2008. *Mass Media, Mass Propaganda: Examining American News in the 'War on Terror'*, Lexington Books, Lanham.
- Elliott, Deni. 1989. Tales from the Darkside: Ethical Implications of Disaster Coverage. U: Walters, Wilkins i Walters (ur.), *Communication and Catastrophe*, Erlbaum, Hillsdale.
- Entman, Robert. 1993. Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication* 43: 51-58.
- Furedi, Frank. 2009. *Poziv na teror – rastuće carstvo nepoznatog*. Ljevak, Zagreb.
- Gamson, W. i Modigliani, A. 1987. The Changing Culture of Affirmative Action. U: Braungart i Braungart (ur.), *Research in Political Sociology*, JAI Press, Greenwich.
- Gusfield, Joseph. 1981. *The Culture of Public Problems: Drinking-Driving and the Symbolic Order*. University of Chicago Press, Chicago.
- Harris, Jan i Taylor, Paul. 2008. Theodore Adorno and the culture industry. U: *Critical theories of mass media. Then and now*, Open University press, Maidenhead.
- Jasper, James. 1997. *The Art of Moral Protest: Culture, Biography and Creativity in Social Movements*, University of Chicago Press, Chicago.
- Monahan, Brian A. 2010. *Shock of the News*, New York University Press, New York i London.
- Moore, Ryan, 2009. *The Work of Rock in the Age of Digital Reproduction: Popular Music and the Benjamin-Adorno Debate*. Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association Annual Meeting, Hilton San Francisco, San Francisco, CA, Aug 08, 2009, na http://www.allacademic.com/meta/p304902_index.html (posjećeno 10. veljače 2012).
- Morgan, M. et al. 2002. Growing up with television: Cultivation processes. U: Bryant i Zillmann (ur.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Routledge, New York i London.
- Perišin, Tena. 2010. *Televizijske vijesti*, Naklada medijska istraživanja, Zagreb.
- Reynolds, A. i Barnett, B. 2002. *CNN's Framing of September 11: Suggesting an Appropriate Response to Terrorism*. Paper, annual meeting of the International Communication Association, na http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/1/2/2/pages112221/p112221-1.php (posjećeno 1. srpnja 2013).
- Scannell, Paddy. 2007. Mass Culture: Horkheimer, Adorno, Brecht, Benjamin. Germany/USA 1930s and 1940s. U: *Media and Communication*, Sage, London.
- Scott, Janny. 1998. The President under Fire: The Media; a Media Race Enters Waters Still Uncharted, *New York Times*, na <http://www.nytimes.com/1998/02/01/us/the-president-under-fire-the-media-a-media-race-enters-waters-still-uncharted.html?pagewanted=all&src=pm> (posjećeno 1. srpnja 2013).

- Silverstone, Roger. 2011. Mediating catastrophe: September 11 and the crisis of the other. U: Zelizer i Allan (ur.), *Journalism after September 11*, Routledge, New York.
- Smelik, Anneke. 2010. Mediating Memories – The Ethics of Post-9/11 Specatorship, *Arcadia – International Journal for Literary Studies* 45, 2: 307-325.
- Smelser, Neil. 2004. September 11, 2001, as Cultural Trauma. U: Alexander, Eyerman, Giesen, Smelser i Sztompka (ur.), *Cultural Trauma and Collective Identity*, University of California, Berkeley.
- Tester, Keith. 2004. September 11, 2001: Sociological Reflections. U: Paterson, Chris i Sreberny, Annabelle (ur.), *International News in the 21st Century*, John Libbey Publishing, Luton.
- Tewskbury, D. i Sheufele, D. 2009. News Framing Theory and Research. U: Bryant i Oliver (ur.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Routledge, New York i London.
- Walker, Karen. 2006. *Analyses of Post-9/11 Media Coverage: A Review of the Communications Literature*, na http://www.rhetoricalens.info/images/911_media_analyses.pdf (posjećeno: 29. prosinca 2012).
- Williams, Raymond. 2002. Drama in a Dramatized Society. U: Goodman i de Gay (ur.), *The Routledge Reader in Politics and Performance*, Routledge, New York i London.

Petra Kovačević, Tena Perišin

TELEVISED PUBLIC DRAMA: THE CREATION OF 9/11

Summary

Almost seventy years ago German philosophers Max Horkheimer and Theodor Adorno predicted the immense influence of capitalism and commercialization on media systems and media content. Today commodification and the hunger for fun, spectacle, shock and emotions have become an intrinsic part of media offer and consumption. The central place belongs to television and the transformation of the news industry into packages of high-emotional stories, very often in sequels. Spectacle, strong emotional bond and empathetic members of audience are important elements of what media expert Brian A. Monahan calls public drama – a new hybrid form of television news. The American mainstream media transformed the terrorist attack on the USA on the 11th of September 2001 into “9/11” – a series of dramatic and emotional stories which imposed certain frames of understanding of what happened – and which were built into the cultural memory. In the first few hours after the attack the core of the 9/11 narrative was born: moral shock, a strong emotional bond with the victims of the attacks, transformation of rescuers into heroes, a feeling of love

and togetherness among Americans, along with worldwide compassion. Emphasis was put on emotions, fear and a sort of spectacle of crisis, with little discussion about responsibility and critical evaluation of the reasons behind the attacks. Focus on human tragedies, fear and panic are immersed in a wider story about terrorist attacks which is a big threat to America. The power of television and its pictures to form and impose frames of understanding events is huge, along with the long-term consequences this can have on the audience, but politics as well.

Keywords: 9/11, Terrorist Attack, Public Drama, News, Television

Kontakt: **Petra Kovačević**, MA International Journalism, Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies. E-mail: petrakovacevic1710@gmail.com

Tena Perišin, Studij novinarstva, Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, 10 000 Zagreb. E-mail: tena.perisin@gmail.com